

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ATAS ATRIBUT
LAYANAN TERHADAP PERNYATAAN
LOYALITAS PELANGGAN
(PENELITIAN PADA JASA PENERBANGAN DOMESTIK
PT GARUDA INDONESIA)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



Diajukan Oleh

**I MADE ADI PURWITA
No. Pokok : 049711598 E**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN ATAS ATRIBUT
LAYANAN TERHADAP PERNYATAAN
LOYALITAS PELANGGAN
(PENELITIAN PADA JASA PENERBANGAN DOMESTIK
PT GARUDA INDONESIA)**

DIAJUKAN OLEH :
I MADE ADI PURWITA
No. Pokok : 049711598 E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

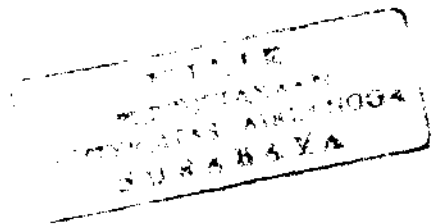
DOSEN PEMBIMBING,


SRI HARTINI, SE., M.Si.

TANGGAL 28-08-2003

KETUA PROGRAM STUDI,


DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE.


TANGGAL 2-09-2003

ABSTRAKSI

PT Garuda Indonesia sebagai *market leader* dalam perusahaan penerbangan, disamping pencapaian keuntungan tarif penerbangan sebagai prioritas utama perusahaan, namun juga memberikan perhatian penuh pada penerapan strategi pelayanan yang optimal kepada pelanggan melalui atribut pemasaran jasa yang dimiliki. PT Garuda Indonesia memberikan fasilitas layanan yang menguntungkan konsumen, antara lain : *booking priority* (prioritas pemesanan), *free addition 10 kg for baggage*, *automatic flight* (penerbangan secara automatic), *travel insurance* (asuransi penerbangan), *free to use executive lounge*, *automatic reconfirmation* (konfirmasi ulang secara automatic), dan *free of charge for cancelled* (bebas biaya untuk pembatalan).

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan atas atribut layanan jasa penerbangan terhadap loyalitas pelanggan PT Garuda Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dengan instrumen kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa penerbangan PT Garuda Indonesia, yang dipilih secara acak berdasarkan *Non Random Sampling*, yang merupakan gabungan *Purposive Sampling* dan *Accidental Sampling*. Besarnya sampel dalam penelitian ini sebesar 100 responden. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan 10 variabel bebas berupa kepuasan pelanggan atas atribut pelayanan dan 1 variabel terikat berupa loyalitas pelanggan PT Garuda Indonesia.

Hasil pengujian menunjukkan secara bersama-sama kepuasan atas atribut pelayanan mempunyai pengaruh bermakna terhadap kesetiaan penggunaannya. Kepuasan atas atribut-atribut : *punctuality* (ketepatan waktu), *schedule* (jadwal penerbangan), *fares and promotion* (harga tiket dan promosi), *in-flight service* (pelayanan saat penerbangan), *baggage* (fasilitas bagasi penerbangan), *reassigned seat* (pengaturan tempat duduk) secara parsial/individual mempunyai pengaruh bermakna terhadap kesetiaan pelanggan. Tingkat kepuasan atas pelayanan PT Garuda Indonesia yang meliputi atribut *seat* (tempat duduk), *check in and boarding*, *reservation and reconfirmation* (reservasi dan konfirmasi ulang) dan *aircraft* (pesawat terbang) secara parsial/individual tidak mempunyai pengaruh bermakna terhadap kesetiaan penggunaannya. Nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,891 menunjukkan bahwa dari persamaan regresi linier sebagaimana terlihat pada tabel 4.4) sejumlah 88,9% dari perubahan nilai Y dipengaruhi oleh sepuluh variabel bebas yang diteliti. Sedangkan sisanya sebesar 11,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain selain variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.